

SPAȚIUL DIGITAL ÎN SPRIJINUL FILANTROPIEI CREȘTINE

DRD. BOGDAN-VIOREL GABOR*

ABSTRACT. Philanthropy is a form of communion between people, aid for those in need, compassion for others and it represents a man's gift to another man. The Church is the most suitable environment for expressing Christian philanthropy because here we realise the communion and the unity of each person, together with God. In terms of philanthropy, every century had its own way of realisation. Our century has also many methods towards a philanthropic action and one of them is the digital space, the most used environment from our daily life. Therefore, how to sustain philanthropy and solidarity in an era of connection and technology? Perhaps social networks and the digital space could be the suitable answer to this question, because they manage somehow to put together people from around the world. This article aims to demonstrate, by analysing some studies and examples, the fact that the internet could be a good way of spreading, not only the idea of philanthropy, but also the main actions that could be done, in this sense.

KEYWORDS: Christian philanthropy, digital space, internet, social networks, communion.

INTRODUCERE

Sinodul Bisericii Ortodoxe Române a hotărât ca anul 2020 să fie consacrat pastorației părinților și copiilor, dar și an comemorativ dedicat filantropilor ortodocși români, an în care atenția se îndreaptă spre filantropia creștină¹. Această acțiune și, în același timp, slujire fundamentală permanentă a Bisericii dreptmăritoare, poate și este susținută de către mijloacele de comunicare în masă, dar în special de către spațiul digital. Utilizarea internetului și a spațiului digital presupune o atenție sporită și exercițiul discernământului personal, deoarece el prezintă atât valențe pozitive cât și negative. Utilizat în scop filantropic, internetul este un bun instrument, deoarece ne permite accesul instantaneu la informație și comunicare. El este o unealtă ce pune la dispoziția omului contemporan o serie de noi posibilități de interacțiune umană. Ce înseamnă filantropia într-o epocă actuală a individualismului, a consumului și a bunăstării și care sunt modalitățile prin care putem promova aceste acțiuni îndreptate spre aproapele nostru? Ne propunem ca, mai întâi, să înțelegem necesitatea acestor probleme, iar mai apoi să încercăm să urmărim câteva studii și analize prin care să demonstrăm utilitatea internetului în demersul filantropic al Bisericii.

* Doctorand la Facultatea de Teologie Ortodoxă, Universitatea „Babeș-Bolyai”, Școala Doctorală „Isidor Todoran” Cluj-Napoca, e-mail: gabor_bogdan1990@yahoo.com.

¹ Vezi Actul de proclamare al anului omagial și comemorativ 2020, www.basilica.ro, accesat în 14.10.2020.

Argumentăm necesitatea elaborării acestui studiu prin faptul că tematica întâlnirii dintre slujirea filantropică a Bisericii cu spațiul digital nu este suficient de mult aprofundată și cunoscută în cercetarea teologică românească. Pe de altă parte, este important să descoperim noi modalități de a sublinia importanța folosirii internetului, chiar și din punct de vedere spiritual.

FILANTROPIA CREȘTINĂ ÎN CONTEXTUL ACTUAL SECULARIZANT

Încă din primele veacuri ale creștinismului s-a simțit în conștiința colectivă a membrilor Bisericii, nevoia manifestării unei filantropii ce are la bază iubirea față de aproapele². Acțiunea sau mișcarea filantropică are în vedere întregirea și consolidarea unității eclesiale. Această iubire își are drept model iubirea dumnezeiască pentru omenire, iar concretizarea acesteia a avut loc de-a lungul timpului prin numeroase modalități, în Bisericile creștine, mai exact în mănăstirile și comunitățile parohiale cu toate structurile lor administrative³, cu toate că uneori au existat piedici în acest sens. În perioada comunismului, spre exemplu, acțiunea filantropică a Bisericii Ortodoxe Române s-a confruntat cu o serie de încercări⁴, dar, cu toate acestea, filantropia a rămas una dintre valorile de bază ale creștinismului și modalitatea concretă de manifestare a dragostei față de cei din jur. Conștientizând această necesitate, Biserica Ortodoxă începe să își formeze, începând cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea, propriile instituții filantropice, asociații și fundații caritabile⁵.

Biserica își îndeplinește această chemare și misiune socială, prin fiecare membru al său și în orice context istoric. „Fiecare persoană e chemată să conlucreze la creație și la menținerea acestor condiții tocmai în virtutea naturii noastre sociale”⁶. Îndeplinirea sensului filantropic și social față de aproapele este felul de a fi al creștinului, modalitatea lui concretă de manifestare, în virtutea identității sale. Sfântul Grigorie Teologul afirma că nimic nu are omul mai asemănător cu Dumnezeu decât această capacitate de a dăruia, de a face bine, chiar dacă darul lui Dumnezeu este mai bogat decât al omului⁷. Împlinirea filantropiei înseamnă slujirea aproapelui, iar slujirea aproapelui înseamnă, indirect, slujirea lui Dumnezeu, Cel care Se identifică în

² Radu Petre MUREȘAN, *Saint Basil the Great, master of Philanthropy*, în „Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Theologia Orthodoxa”, vol. 65 (2020), nr. 1, p. 85.

³ Vezi Iuliana CONOVICI (Coord.), Adrian Secal, Irina Opincaru, *Organizațiile cu profil religios angajate în economia socială în România*, Institutul de Economie Socială, București, 2013, pp. 11-12.

⁴ Vezi Picu OCOLEANU, *Iisus Hristos Mijlocitorul. Sensul diaconal al eticii sociale ortodoxe*, Ed. Christiana, București, 2008, p. 19.

⁵ Iuliana CONOVICI (Coord.), Adrian Secal, Irina Opincaru, *Organizațiile cu profil religios...*, p. 40.

⁶ Sergio BERNAL, *Atitudinea față de resurse în învățătura creștină*, în Ioan I. Ică Jr., Germano Marani, *Gândirea Socială a Bisericii*, Ed. Deisis, Sibiu, 2002, p. 316. Autorul dezvoltă ideea importanței solidarității în vederea realizării binelui comun al tuturor, prin afirmarea caracterului social al fiecărei persoane în parte. Miezul învățăturii sociale creștine este persoana umană în raport cu aproapele.

⁷ GRIGORIE Teologul, *Despre iubirea de săraci*, Cap. 27, Ed. Arhiepiscopiei Sucevei și Rădăuților, Suceava, 2006, p. 31.

persoana aproapelui⁸. Biserica își manifestă în lume diaconia, adică lucrarea de mijlocire pentru aproapele, într-un sens foarte larg, nu numai ca acțiune filantropică, ci și prin diverse slujiri adresate aproapelui⁹.

În prezent, sub presiunea secularismului, acțiunea filantropică este ușor pusă în umbră, deoarece una dintre prerogativele acestui curent pune accentul pe persoana umană ruptă din contextul social, pe egoismul și individualismul auto-suficient al persoanei umane. Secularizarea, cu toate aspectele ei negative în plan religios, amenință unitatea dintre persoanele umane, dar și dintre națiuni și culturi. De asemenea, în gândirea secularistă, accentul cade pe confort și realizarea pe plan material a persoanei, fără a se ține cont prea mult de importanța aproapelui, în demersul împlinirii persoanei pe plan spiritual. Această direcție duce spre auto-degradarea valorică a persoanei, auto-izolarea de ceilalți și, implicit, față de transcendent. Este important să înțelegem faptul că darul nostru către aproapele nu înseamnă sărăcirea sau lipsirea noastră de cele necesare, ci constituie, în chip paradoxal, o îmbogățire interioară a noastră¹⁰. În epistola a doua către Corinteni, Apostolul Pavel vorbește clar despre modalitatea în care darul trebuie făcut: „Fiecare să dea cum socotește cu inima sa, nu cu părere de rău sau de silă, căci Dumnezeu iubește pe cel care dă cu voie bună” (II Cor. 9,7). În continuare, Apostolul Pavel arată că tot Dumnezeu este Cel care poate să înmulțească toate darurile, făcând referire și la darurile cele duhovnicești, pentru ca toți să se îmbogățească întru toate.

În contextul actual, este nevoie de o reafirmare a importanței gândirii sociale, deoarece o gândire socială creștină are ca nucleu valori fundamentale care pot orienta persoana și societățile în momentele de criză. Gândirea socială funcționează asemenea unui cod etic ce eliberează omul de sub opresiunea materialismului¹¹. Omul este

⁸ „Atunci va zice Împăratul celor de-a dreapta Lui: Veniți, binecuvântații Tatălui Meu, moșteniți împărăția cea pregătită vouă de la întemeierea lumii. Căci flămând am fost și Mi-ați dat să măncânc; însetat am fost și Mi-ați dat să beau; străin am fost și M-ați primit; Gol am fost și M-ați îmbrăcat; bolnav am fost și M-ați cercetat; în temniță am fost și ați venit la Mine. Atunci dreptii Îi vor răspunde, zicând: Doamne, când Te-am văzut flămând și Te-am hrănit? Sau însetat și Ți-am dat să bei? Sau când Te-am văzut străin și Te-am primit, sau gol și Te-am îmbrăcat? Sau când Te-am văzut bolnav sau în temniță și am venit la Tine? Iar Împăratul, răspunzând, va zice către ei: Adevărat zic vouă, întrucât ați făcut unuia dintr-acești frați ai Mei, prea mici, Mie Mi-ați făcut.” (Mt. 25, 34-40)

⁹ Vezi PICU OCOLEANU, *Isus Hristos Mijlocitorul...*, pp. 5-12. Autorul explică profunzimile și diversitatea de sensuri ale diakoniei. Acest termen implică o slujire socială, filantropică, o însărcinare în Biserică, sensul de mediator și propovăduitor al cuvântului etc. Când ne îndreptăm atenția spre cineva, ne dăruim ca persoană spre acel cineva, iar implicit ne dăruim lui Dumnezeu, prin acest act.

¹⁰ Nicolae Steinhart insistă asupra acestei idei, iar în lucrarea sa *Dăruind vei dobândi* vorbește explicit despre cum trebuie să interpretăm darul nostru pentru aproapele. „Nu din prisosul, nu din puținul tău, ci din neavutul tău, din ceea ce îți lipsește. Dăruind altuia ce nu ai –credință, lumină, încredere, nădejde– le vei dobândi și tu. Trebuie să-l ajuți cu ceea ce nu ai.” Nicolae STEINHART, *Dăruind vei dobândi*, Mănăstirea Rohia-Polirom, Iași, 2008, pp. 462-463.

¹¹ Vezi Pierpaolo DONATI, *Științele sociale și gândirea creștină în fața societății contemporane*, în Ioan I. Ică Jr., Germano Marani, *Gândirea Socială a Bisericii...*, pp. 324-325.

persoană și ființă socială¹², deci este destinat pentru comuniunea cu ceilalți. De asemenea, tot într-un context actual, aflat sub presiunea relativismului valoric, este nevoie de reafirmarea unei culturi veritabile a dialogului și a deschiderii¹³, pentru a oferi un adevărat sens chemării slujitoare a Bisericii. Cu certitudine, specificul secolului actual și avansul tehnologic fără precedent își vor pune amprenta și asupra sistemului de asistență socială, în special dacă facem referire la comunicarea prin noile mijloace, însă – dincolo de aceasta și oricum ar evolua lucrurile – la originea asistenței sociale se află ideea de caritate și filantropie¹⁴.

Chemarea filantropică îl scoate pe creștin de sub presiunea și pericolul egoismului sau individualismului, făcându-l atent și orientându-l spre suferința celuiilalt. Misiunea filantropică a fiecăruia, într-un context actual secularizant, constituie o necesitate, o responsabilitate, dar și o modalitate de împlinire a poruncii Mântuitorului de a-L iubi pe Dumnezeu din toată inima, din tot sufletul și din tot cugetul, iar pe aproapele ca pe noi înșine (Mt. 22, 37-40). A-l iubi pe aproapele înseamnă a nu fi nepăsător față de suferința și necazul celuiilalt, dar înseamnă și renunțarea la ego-ul meu pentru a mă identifica cu celălalt, un exercițiu vital prin care ne dăruim, în iubire, aproapelui.

Anthony Coniaris vorbește despre importanța milosteniei și arată că mâinile întinse reprezintă durerea și foamea duhovnicească a acestei lumi, la care suntem chemați să răspundem și noi. „Dă-mi și noi, dar întâi dă El. Oricât de mult am da, nu este decât o părtică din ceea ce primim. Când e vorba de dat lui Dumnezeu, nu există un minim sau un maxim. Nici un preț nu e prea mare pentru El, Care este Mărgăritarul Cel de Mult Preț.”¹⁵

¹² Radu PREDĂ, *Servicii și deservicii sociale. Din experiența filantropică a Bisericii Ortodoxe din România*, în „Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Theologia Orthodoxa”, vol. 56 (2011), nr. 2, p. 194.

¹³ PICU OCOLEANU, *Iisus Hristos Mijlocitorul...*, p. 24. În contextul secularist în care valorile sunt răsturnate, persoana aproapelui nu mai reprezintă o valoare în sine, ci reprezintă mai degrabă o piedică în calea succesului și a realizării mele. Aici se sesizează pericolul dezumanizării și al pierderii sensului comuniunii dintre oameni. De aceea este necesară, ca soluție viabilă, regândirea raportului corect cu semenii. Persoana aproapelui este cea care oferă sens existenței mele și mă împlinește. „Aproapele ne este dat în scopul completării limitelor noastre, al descoperirii granițelor proprii ființei și al co-participării bucurioase la împărtășirea din darurile dumnezeirii, dar și în scopul iubirii lui, ca grijă față de el”. Ștefan ILOAIE, *Responsabilitatea morală personală și comunitară*, Ed. Renașterea, Cluj-Napoca, 2009, p. 231.

¹⁴ VEZI Doru BUZDUCEA, *Asistență socială: structură, istorie și debateri recente*, în „Revista de cercetare și intervenție socială”, vol. 21, iunie 2008, pp. 17-19.

¹⁵ ANTHONY M. CONIARIS, *Introducere în credința și viața Bisericii Ortodoxe*, trad. Constantin Făgășean, Ed. Sophia, București, 2001, p. 280. Milostenia reprezintă una dintre modalitățile de a-L mărturisi pe Hristos în lume deoarece ne facem instrumente ale harului și lucrării lui Dumnezeu. Autorul menționează că milostenia trebuie făcută după posibilitățile fiecărei persoane, cu dragoste, cu mărinimie, cu înțelepciune, cu bunăvoie și cu smerenie.

INTERNETUL CA MODALITATE DE PROMOVARE ȘI REALIZARE A FILANTROPIEI CREȘTINE

Spațiul digital este privit adeseori ca un instrument de propagare a secularismului și a fenomenului globalist deoarece este rețeaua ce conectează o întreagă lume, situare ce însumează atât aspecte pozitive, cât și aspecte imorale și negative. În acest mediu al „libertății absolute”, culturile, tradițiile, vocile și ideile intră în contact unele cu altele, iar uneori se situează pe poziție de conflict. Cu toate acestea, internetul și spațiul digital nu anulează acțiunile filantropice concrete, ci dimpotrivă, le completează, le pot oferi o oportunitate de remarcare în spațiul social public, pentru o mai bună organizare și răspândire în sfera utilizatorilor internetului. Filantropia prin internet poate îndeplini un rol de complementaritate, contribuind activ la coeziunea socială. Promovarea acesteia în spațiul digital este o necesitate deoarece este un cadru nou în care oamenii își pot manifesta angajamentul și sentimentul de implicare activă în viața socială a comunității. Tot în acest spațiu pot lua naștere proiecte și inițiative concrete ce contribuie la realizarea binelui comun.

Cu toate că îmbracă alte forme decât în viața reală, filantropia în spațiul digital are un anumit dinamism deoarece implică acțiuni ce se pot manifesta nu numai în acest cadru, ci se pot concretiza și în realitate. Spre exemplu, în vederea sprijinirii unei cauze medicale făcută vizibilă în mediul online, se pot organiza diferite manifestări, concerte caritabile, licitații, evenimente și întâlniri concrete. Sentimentul de solidaritate se manifestă și pornește chiar și din mediul internautic. Cu alte cuvinte, filantropia creștină nu se blochează sau nu se rezumă în mediul digital doar printr-o promovare în plan civic, ci se concretizează în fapte.

Viitorul filantropic al umanității este clar vizibil în spațiul digital, fiind trasat de numeroasele intenții apărute atât pe rețelele de socializare¹⁶, cât și în acțiunile voluntare ale multor oameni implicați¹⁷, ce lucrează împreună pentru susținerea unor cauze importante, la nivel mondial¹⁸. Nu trebuie să ne temem, să disprețuim sau să ignorăm noile tehnologii ale informației și comunicării, ci este important să descoperim noi modalități de a le experimenta, dar și de a împărtăși rezultate¹⁹. Platformele in-

¹⁶ În cadrul rețelei de socializare Facebook, spre exemplu, avem posibilitatea să organizăm strângeri de fonduri pentru a susține diverse cauze, cu prilejul zilei de naștere, invitându-i pe prietenii din lista personală să se alăture acelei cauze. Trebuie doar să selectăm o organizație non-profit spre care vor merge toate fondurile adunate, cu ocazia aniversării zilei de naștere a utilizatorului.

¹⁷ Vezi Lucy BERNHOLZ, Edward SKLOOT, Barry VARELA, *Disrupting Philanthropy. Technology and the future of the Social Sector*, Center for Strategic Philanthropy and Civil Society, Ed. Blueprint Research & Design, San Francisco, 2010, p. 45.

¹⁸ Organizația Mondială a Sănătății - care susține o colaborare la nivel mondial între instituțiile și asociațiile filantropice - își propune ca până în anul 2030 să elimine sărăcia și foametea. Vezi <https://sdgs.un.org/2030agenda>, accesat în 24.03.2021.

¹⁹ Lucy BERNHOLZ, Edward SKLOOT, Barry VARELA, *Disrupting Philanthropy...*, p. 46.

ternetului oferă un mecanism inovativ în încercarea de a lega comunități fragmentate²⁰, oferindu-le filantropilor și donatorilor, suplimentar, numeroase posibilități.

Unul dintre avantajele spațiului digital și al tehnologiei actuale este faptul că anulează distanțele dintre oameni, îi poate face mai apropiați prin relaționare și comunicare. Concret, putem să sprijinim o cauză socială aflată în altă parte a globului, prin donații financiare către diferite organizații atât din țară, cât și din străinătate. În al doilea rând, rapiditatea cu care se desfășoară procesele în spațiul digital reprezintă un avantaj considerabil. „În fond, cauzele nobile sunt mai ușor de mediatizat, iar donațiile pot să fie făcute prin simpla trimitere a unui sms”²¹, sau prin efectuarea unui transfer financiar rapid de pe telefonul inteligent. În acest sens, internetul poate realiza o cooperare, o punte de legătură între organizații și națiuni, în vederea împlinirii scopului filantropic. Nu trebuie să ne raportăm la actul filantropic digital ca la un simplu act mecanic, lipsit de încărcătură duhovnicească, ci este potrivit să privim mereu spre scopul pentru care acest act a fost săvârșit, anume redescoperirea sensului comunional dintre persoane. Între mine, cel care dăruiesc, și cel care primește darul meu, se creează o legătură de comuniune în iubire, se creează o reciprocitate, o formă de comunicare indirectă.

Am putea susține ideea că persoanele mature sunt mai înclinate spre acte filantropice decât tinerii, având o sensibilitate mai mare, dar și mai multe posibilități financiare, însă actul filantropic nu este legat de vârstă. Unii autori demonstrează că generația internetului sau tinerii generației iGen recunosc importanța ajutorării celor aflați în dificultate. Conștientizează și își doresc să contribuie sau să răspundă nevoilor societății, însă o fac în felul lor specific: ditribuind mesaje pe rețelele de socializare. În 2015 se înregistrează o scădere a disponibilității tinerilor de a face donații către diferite organizații caritabile²². „Din păcate, s-ar putea să fie foarte eficienți în a da mai departe linkuri despre cauze nobile, dar mai puțin eficienți în a se implica efectiv”²³. În acest context, autoarea ne face cunoscut termenul de „slactivism”²⁴ adică mișcările efectuate pe rețelele de socializare în vederea susținerii unui scop, fără

²⁰ Raj M. DESAI, Homi KHARAS, *Democratizing foreign aid: online philanthropy and international development assistance*, în „International Law and Politics”, vol. 42(2010), p.1139.

²¹ Jean M. TWENGE, *Generația Internetului*, trad. Loredana Bucuroaia, Ed. Baroque Books & Arts, București, 2020, p. 223. După anul 2000, în contextul evoluției tehnologiei informării și a comunicării, mulți dintre analiștii din Statele Unite ale Americii speculau că noua generație de tineri va fi mai înclinată spre ajutorarea semenilor. Aceste presupuneri, însă, rămân doar la nivel teoretic deoarece s-a demonstrat că „în majoritatea lor, tinerii iGen vor să contribuie în societate, dar nu sunt prea înclinați să acționeze.” Jean M. Twenge, *Generația Internetului...*, p. 224.

²² Jean M. TWENGE, *Generația Internetului...*, p. 225.

²³ Jean M. TWENGE, *Generația Internetului...*, p. 225.

²⁴ Jean M. TWENGE, *Generația Internetului...*, p. 225. „Slactivism” este o alăturare a termenilor din limba engleză: „slacker” și „activism”. „Slacker” reprezintă o persoană care, în mod obișnuit, evită munca sau căruia îi lipsește etica muncii, iar „activism” se referă la acea atitudine practică sau nevoia de a concretiza anumite eforturi pentru a aduce schimbări în societate. Astfel, termenul „slacktivist” face referire la o persoană care împrumută caracteristici din ambele sensuri: activitate, dar și pasivitate.

o implicare concretă și activă în acea cauză. „Slactivismul” descrie activități care sunt efectuate cu un minim efort, ceea ce le oferă participanților un sentiment de mulțumire despre ei înșiși²⁵. Desigur, există păreri pro, dar există și păreri contrare referitoare la aceste acțiuni. Criticii slactivismului consideră că acest tip de eforturi sunt inutile și insuficiente pentru a susține o anumită cauză: politică, socială sau de altă natură²⁶. Totuși, avantajul internetului este acela de a ne conecta, cu minim efort, cu un mare număr de oameni, de prieteni, pe rețelele digitale. De asemenea, internetul generează și focalizează atenția și interesul publicului asupra unor probleme reale, având un potențial spre mobilizarea maselor²⁷. Un simplu *like* pe Facebook sau chiar și distribuirea unui mesaj către o listă de prieteni și cunoscuți poate să fie o acțiune ce trezește interesul celorlalți spre o anumită temă. Este important să încercăm să trecem la pasul următor, adică să mergem spre un activism, fără să ne blocăm într-un slactivism ineficient²⁸.

Spațiul digital își dovedește eficiența, în multe cazuri, din punct de vedere filantropic. În Marea Britanie, spre exemplu, numărul de donații online aproape că s-a dublat din anul 2008 până în anul 2010, iar acest lucru îi face pe unii autori să își pună întrebarea dacă nu cumva acest fenomen duce la o nouă cultură a generozității?²⁹ Prin urmare, se vorbește deja, în rândul specialiștilor, despre *e-philanthropy* sau acest gen de acțiune filantropică participativă³⁰ manifestată în spațiul digital, prin donații către anumite instituții, strângeri de fonduri etc. *E-philantropia* clădește și îmbunătățește relația dintre voluntari și organizațiile non-profit utilizând internetul. De asemenea, se referă și la accesul la date și servicii electronice pentru a susține organizațiile în îndeplinirea cauzelor acestora³¹. Este important să menționăm faptul că

²⁵ Marko M. SKORIC, *What is slack about Slacktivism?*, în „Methodological and Conceptual Issues in Cyber Activism Research”, Singapore, Iulie, 2012, p. 77.

²⁶ Marko M. SKORIC, *What is slack about Slacktivism...*, p. 83.

²⁷ Marko M. SKORIC, *What is slack about Slacktivism...*, p. 83. Autorul sugerează exemplul unei mișcări populare ce a avut loc pe Facebook: „Salvați copiii din Africa”, prin care un număr de 1,7 milioane de membri au reușit să adune o sumă de 12.000 de dolari. Nu este o sumă considerabilă, dacă ne raportăm la numărul celor implicați, însă demonstrează faptul că în spațiul digital slactivismul are un anumit efect, mai mult sau mai puțin pregnant. Pe de altă parte, acest rezultat poate fi datorat efectului „Ringelmann”, care spune că tendința membrilor unui grup este mai puțin productivă, pe măsură ce numărul membrilor din grupul respectiv este mai mare. Vezi Marko M. Skoric, *What is slack about Slacktivism...*, p. 84.

²⁸ Vezi Sarah VIEWEG, Sarita YARDI, Ed H. CHI et al., *From slacktivism to activism: Participatory culture in the age of social media*, în „Proceedings of the international Conference on Human Factors in Computing Systems”, CHI 2011, Vancouver, Canada, 2011, pp. 1-4.

²⁹ Vezi Elric HONORÉ, *The role of information communication technology in philanthropy*, în Andrew Steeds (Ed), *Philanthropy and a better society*, Centre for Charitable Giving and Philanthropy, Ed. Alliance Publishing Trust, Londra, 2012, pp. 80-82.

³⁰ Vezi Elric HONORÉ, *The role of information communication technology...*, pp. 81-82.

³¹ Vezi Ted HART, *E-Philanthropy. Leveraging technology to benefit charities and donors*, în Adrian Sergeant, Walter Wymer (Editori), *The Routledge companion to Nonprofit Marketing*, Ed. Routledge, Londra și New York, 2008, p. 206.

aceste unelte ale tehnologiei actuale nu ocupă locul metodelor tradiționale, ci dimpotrivă. Ele oferă o nouă dimensiune în termenii eficienței, atunci când conlucrează cu metodele tradiționale. Internetul se pare că a deschis, în scurt timp, calea spre noi modalități de manifestare a dorințelor caritabile³². Utilizatorii spațiului digital în calitate de donatori, dar și organizațiile responsabile cu ajutorarea semenului au descoperit cât de ușor a devenit acest act, începând cu simplele campanii de informare și până la acțiunea de a dona, în sine³³.

Un alt studiu arată că oamenii se simt mult mai confortabili să doneze prin platformele digitale, fie prin intermediul computerului, fie prin telefonul mobil. Internetul a revoluționat chiar și acest aspect filantropic, cu toate că rămâne un mediu paradoxal: a devenit mai ușor să comunicăm, dar în același timp a devenit mai greu să te conectezi cu potențialii donatori³⁴. Cu toate acestea, internetul creează relații și adevărate poduri de legătură între organizații, donatori și persoanele aflate în nevoie, punând la dispoziția tuturor informații esențiale. Un exemplu în acest sens este platforma digitală *Donatie.ro*³⁵.

Accesibilitatea este principalul avantaj invocat în susținerea demersului filantropic digital. Dacă până în prezent organizațiile non-profit apelau la metode tradiționale (apel telefonic, campanii elaborate, deplasări din ușă în ușă, strângeri de fonduri etc.) pentru a-și susține cauza, astăzi internetul oferă accesul rapid și facil către milioane de utilizatori³⁶. Studiile arată că mulți dintre utilizatori își manifestă încrederea pentru astfel de acțiuni, internetul oferind o transparență a întregului proces, iar donatorii fiind mereu conștientizați de finalitatea actului lor filantropic. Actul de a dona online, fiind văzut ca un act individual și privat³⁷, îi oferă donatorului și acea anonimitate sau discreție. Un aspect important, în ceea ce privește actul filantropic în spațiul digital, este faptul că pe internet, prin rețelele de socializare, putem să ne informăm cu privire la veridicitatea cauzelor susținute de către diversele organizații. Înainte de a

³² Vezi TED HART, JAMES M. GREENFIELD, MICHAEL JOHNSTON, *Nonprofit Internet Strategies. Best Practices for Marketing, Communications and Fundraising*, Ed. John Wiley & Sons, New Jersey, 2005, p. 13.

³³ Vezi Ted HART, *E-Philanthropy...*, p. 209; Valerie E. CRUMPTON, *The Church has left the building: A leadership perspective of Online Church versus Traditional Church*, Portland, 2018, p. 58; Mark S. LeClair, *Philanthropy in transition*, Ed. Palgrave Macmillan, New York, 2014, pp. 140-141. Radhika Gajjala, *Philanthropy in the Global North and South*, Ed. Lexington Books, Londra, 2018, pp. 13-14.

³⁴ CLARINDA CHAN, JOHN FOSTER-HILL, WILLIAM MAKOWER, MATT SZURGOT, *We're all philanthropists now. The convergence of Philanthropy and giving in the 21st Century*, Panlogic Digital Engineering, www.panlogic.co.uk, accesat în 09.11.2020.

³⁵ Există un număr de 169 de organizații active, aproape 15.000.000 de donații active prin SMS, 340 de campanii de SMS, aproximativ 93.000 de donatori recurenți, toate acestea în sprijinul diferitor cauze sociale și medicale din România. Vezi www.donatie.ro, accesat în 04.11.2020.

³⁶ Vezi MICHEAL L. SHIER, Femida HANDY, *Understanding online donor behavior: the role of donor characteristics, perceptions of the internet, website and program, and influence from social networks*, în „International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing”, nr. 17(3), 2012, pp. 226-227.

³⁷ Micheal L. SHIER, Femida HANDY, *Understanding online donor behavior...*, p. 227.

susține o anumită cauză este indicat să ne informăm, apelând la sursele credibile, oferindu-ne astfel siguranța că actul nostru ajunge la destinație și își îndeplinește scopul.

Este important să menționăm faptul că o acțiune filantropică online poate capta atenția unui număr mult mai mare de oameni doriți să sprijine acea cauză, într-un timp mult mai scurt, decât ar reuși să o facă metodele tradiționale, pe plan local, restrâns. Există chiar și o strategie de a informa, de a determina, dar și de a sensibiliza utilizatorii spre acte filantropice, prin diferite materiale vizuale, răspândite în spațiul digital³⁸.

Chiar și din fața unui ecran, cu minim efort, utilizatorii își pot manifesta sentimentul de solidaritate și de implicare în viața socială, contribuind la binele comun, deoarece la baza acțiunilor filantropice se află persoana umană și dragostea față de aproapele. Căile de realizare a filantropiei sunt diversificate, iar la temelia lor se află mișcarea interioară a persoanei către ajutorarea aproapelui aflat în dificultate. Dar, mai ales în asemenea condiții și având la îndemână astfel de mijloace, este important să conștientizăm și să menținem viu sensul teologic al slujirii filantropice, pentru a evita pierderea discernământului slujirii³⁹, după cum avertizează și Apostolul Pavel în Epistola către Romani⁴⁰.

Organizațiile și fundațiile filantropice își pot face simțită prezența, pot încuraja utilizatorii spre acte de binefacere și își pot face cunoscută activitatea prin intermediul acestor mijloace de comunicare și informare actuale. Există posibilitatea, de asemenea, ca parohiile să organizeze acțiuni de natură social-filantropică în spațiul rețelelor de socializare, invitându-i pe credincioși să se alăture în aceste demersuri. Aceste acțiuni concrete nu fac altceva decât să contribuie la consolidarea comunității parohiale, la împlinirea jertfei și la „reconstruirea parohiei în dragoste”⁴¹. Tot în legătură cu activitatea filantropică a parohiei stă și organizarea activităților filantropice în contextul pandemic actual, context în care este nevoie de o intensificare a activității de acest fel. Este recomandat astfel, ca grupul de acțiune din cadrul comunității parohiale să ia legătura cu persoanele aflate în nevoie, telefonic sau prin mediul online⁴². Aceste exemple confirmă necesitatea ca spațiul digital să fie fructificat și așezat în slujba și în folosul activității Bisericii.

³⁸ Vezi Richard HOEFER, *From web site visitor to online contributor: Three internet fundraising techniques for Nonprofits*, în „Social Work”, Octombrie, 2012, p. 4.

³⁹ PICU OCOLEANU, *Iisus Hristos Mijlocitorul...*, p. 17.

⁴⁰ „Și să nu vă potriviți cu acest veac, ci să vă schimbați prin înnoirea minții, ca să deosebiți care este voia lui Dumnezeu, ce este bun și plăcut și desăvârșit” (Rom. 12,2). Cu toate că vremurile actuale impun metode diferite, totuși îndemnul la păstrarea unui cuget curat, responsabil este o necesitate. Orice schimbare și înnoire presupune, în aceeași măsură, o responsabilizare în vederea acordării voii noastre cu voia divină.

⁴¹ PICU OCOLEANU, *Iisus Hristos Mijlocitorul...*, p. 104.

⁴² Vezi www.radiorenasterea.ro; www.basilica.ro „Recomandări privind organizarea activităților filantropice în contextul actual”, accesat în 04.11.2020.

Biserica Romano-Catolică subliniază, în repetate rânduri, nevoia accentuării solidarității, ca virtute fundamentală atunci când operăm cu spațiul digital, după cum remarcăm în următorul paragraf:

„Utilizarea noii tehnologii informaționale și a Internetului trebuie să fie documentată și condusă de o angajare fermă în practicarea solidarității în serviciul binelui comun al națiunilor. Această tehnologie poate fi un mijloc de rezolvare a problemelor oamenilor, promovând dezvoltarea integrală a persoanei, creând o lume guvernată de dreptate, pace și iubire.”⁴³

Activitatea social-filantropică a Bisericii Ortodoxe Române este extrem de diversificată, după cum se poate observa la o scurtă analiză a site-ului Patriarhiei Române, în secțiunea Opera Social-Filantropică. Aici sunt prezentate, pe o hartă interactivă, toate instituțiile și organizațiile din Patriarhia Română, dar și din străinătate⁴⁴, prezentate pe Mitropolii, Arhiepiscopii, Episcopii și județe. Observăm că există o sumedenie de instituții de asistență socială, servicii medicale, activități filantropice, unități de învățământ, precum și asistență religioasă pentru persoane cu deficiențe de auz. Există chiar și o selecție bazată pe beneficiarii operei social-filantropice, unde regăsim diverse categorii: copii separați de părinți, vârstnici, persoane cu handicap, persoane toxico-dependente, victime ale violenței în familie, victime ale traficului de persoane, persoane imigrante și refugiați, persoane fără adăpost, dar și alte persoane aflate în situații de dificultate⁴⁵. Toate aceste secțiuni, regăsite la o simplă accesare, eficientizează modalitatea în care putem intra în contact cu unitățile specifice.

De asemenea, tot sub tutela Patriarhiei Române se află și Federația Filantropia ce are drept scop principal creșterea impactului și eficienței acțiunilor sociale ale organizațiilor membre sau parteneri și ale structurilor sociale ale Bisericii Ortodoxe Române, prin integrarea lor într-un răspuns unitar, coordonat, coerent și eficient la provocările sociale actuale⁴⁶. Astfel, subliniem importanța spațiului digital, care contribuie la edificarea misiunii Bisericii în lume, aducând Biserica mai aproape de oameni⁴⁷.

Nu numai creștinismul a accentuat ideea de filantropie. Spre exemplu, culturile asiatice definesc filantropia (cishan) ca dorință de a contribui la bunăstarea sau bi-

⁴³ Consiliul Pontifical pentru Comunicațiile Sociale, *Etica în Internet*, Vatican, 2002, p. 5. Materialul integral se poate accesa pe www.magisteriu.ro, accesat în 05.11.2020.

⁴⁴ Regăsim chiar și instituții și organizații social-filantropice din diaspora: Germania, Belgia, Franța, Italia, Statele Unite ale Americii (Chicago). www.patriarhia.ro, accesat în 05.11.2020. Există studii care consideră că internetul are această capacitate de a susține legături între persoanele dispersate pe întreg globul, contribuind la buna lor organizare, iar un astfel de exemplu sunt platformele filantropice digitale. Vezi KATHLEEN NEWLAND, AARON TERRAZAS, ROBERTO MUNSTER, *Diaspora Philanthropy: Private giving and Public Policy*, Migration Policy Institute, Washington, 2010, p. 2.

⁴⁵ Vezi www.patriarhia.ro, accesat în 05.11.2020.

⁴⁶ Vezi www.federatia-filantropia.ro, accesat în 05.11.2020.

⁴⁷ Vezi VALERIE E. CRUMPTON, *The Church has left the building...*, p. 92.

nele social al celorlalți, exprimată prin donații către anumite cauze bune⁴⁸. Potrivit unui studiu, până în 2016, în rândul cetățenilor digitali ai Chinei există peste 23 de milioane de donatori în spațiul online. Tot aici se arată faptul că filantropia tradițională este înglobată în filantropia digitală, obținând noi forme de manifestare⁴⁹. Nu putem avea garanția că acțiunea filantropică în spațiul digital va aduce cele mai bune rezultate în plan social, însă ea reprezintă cu siguranță, una dintre cele mai potrivite modalități de exprimare a grijii față de cei apropiați, aflați în dificultate.

CONCLUZII

Sub impactul ideologiei secularismului, importanța aproapelui este trecută în plan secundar, și numai într-o manieră filantropică putem să redescoperim valențele pozitive ale rezidirii reciproce în dragoste. Reaccentuarea slujirii față de aproapele este una din modalitățile de a evita acest duh secularist, ce pune accentul pe realizarea autonomă doar a ego-ului personal, rupt din contextul relației cu celălalt și cu Dumnezeu.

Cu toate că spațiul digital este privit ca un instrument de promovare a duhului secularist, totuși este și o unealtă de promovare a binelui, a comunicării, chiar și a exercitării misiunii filantropice a Bisericii. Noile mijloace de informare și comunicare tehnice vin în întâmpinarea acestei necesități a utilizatorilor de a-și manifesta dorințele filantropice spre cei aflați în dificultate, oferindu-ne diferite posibilități de afirmare a virtuții solidarității. Spațiul digital propune noi forme de filantropie mai rapide, mai eficiente, mai accesibile, fără să fie necesară înlocuirea metodelor tradiționale de ajutorare reciprocă. Cauzele sociale sunt făcute vizibile și sunt promovate în rândul utilizatorilor mult mai rapid, iar mobilizarea donatorilor sau a voluntarilor se face la fel. Important este ca în centrul fiecărui proiect sau acțiune social-filantropică să se regăsească ideea solidarității și a unității creștinilor, purtați de dragostea jertfelnică a Mântuitorului Hristos. Desigur, este importantă forma în care oferim ajutor celorlalți, dar este cu atât mai important scopul pentru care oferim, anume desăvârșirea și împlinirea duhovnicească reciprocă și manifestarea dragostei față de aproapele și implicit față de Dumnezeu.

Prin intermediul platformelor digitale acțiunea social-filantropică a Bisericii este promovată și susținută în rândul vieții sociale, așa cum s-a observat în analiza site-ului Patriarhiei, dar și al Federației Filantropia. Este important să punem în lumină fiecare aspect pozitiv al tehnologiei informației pentru a le transforma, în chip responsabil, în unelte folositoare și ziditoare.

⁴⁸ Vezi *Internet Philanthropy in China. Trends in China's Charitable Landscape*, United Nations Development Programme, Beijing, China, 2016, p. 4. www.cn.undp.org, accesat în 12.11.2020.

⁴⁹ *Internet Philanthropy in China...*, p. 4. Raportul demonstrează că filantropia digitală este mai rapidă, mai transparentă, implică un număr mai mare de tineri conectați, poate să includă donații non-financiare, poate să fie susținută cu ușurință de anumite proiecte sociale, nu are nevoie neapărat de intermediari, oferă noi canale de comunicare etc.